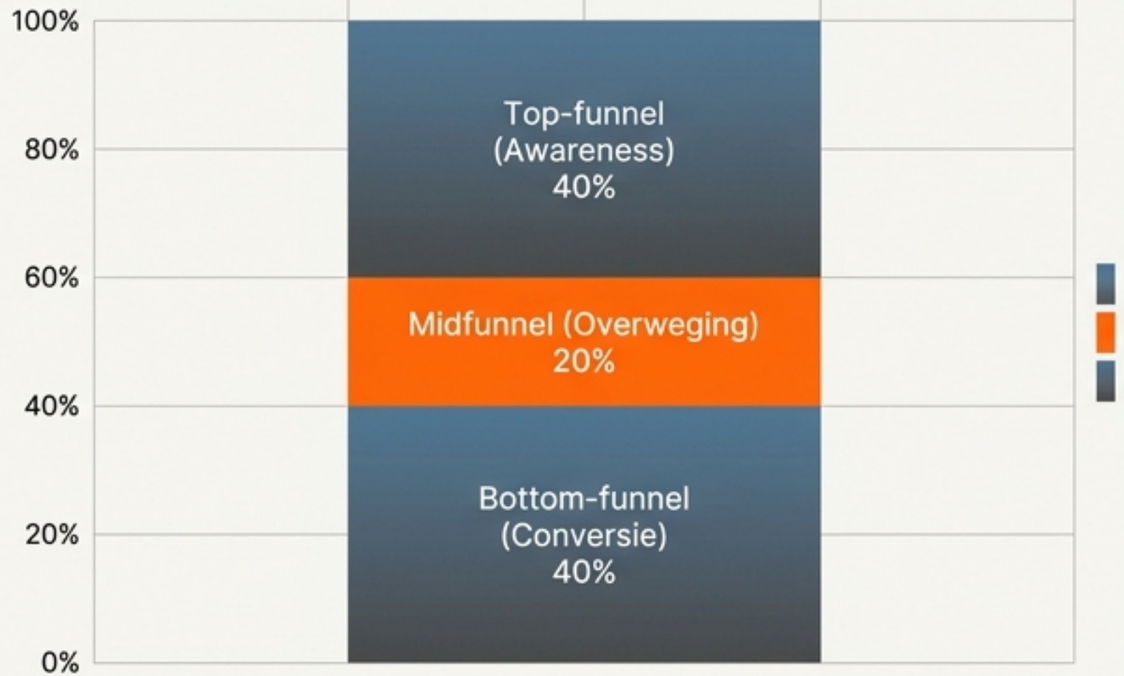
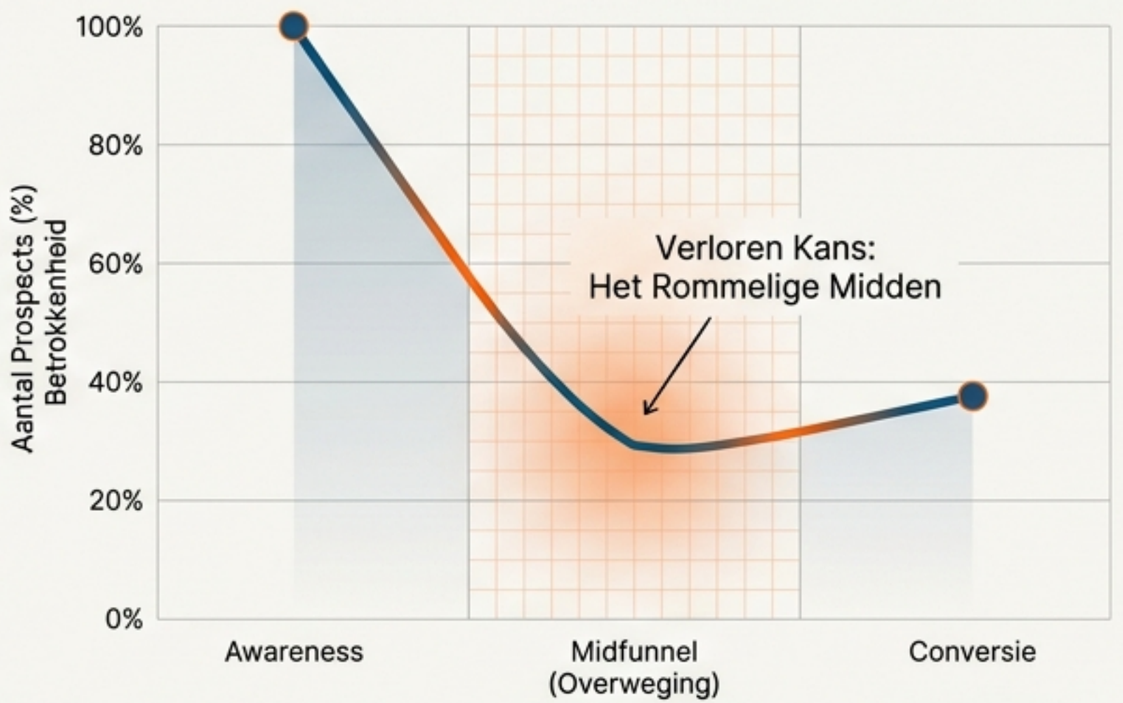
Midfunnel: De fase die niet bestaat, maar wel beslist.

Waarom 70% van het marketingbudget weglekt tussen awareness en conversie – en hoe Nederlandse merken dit repareren.

Budget Allocatie



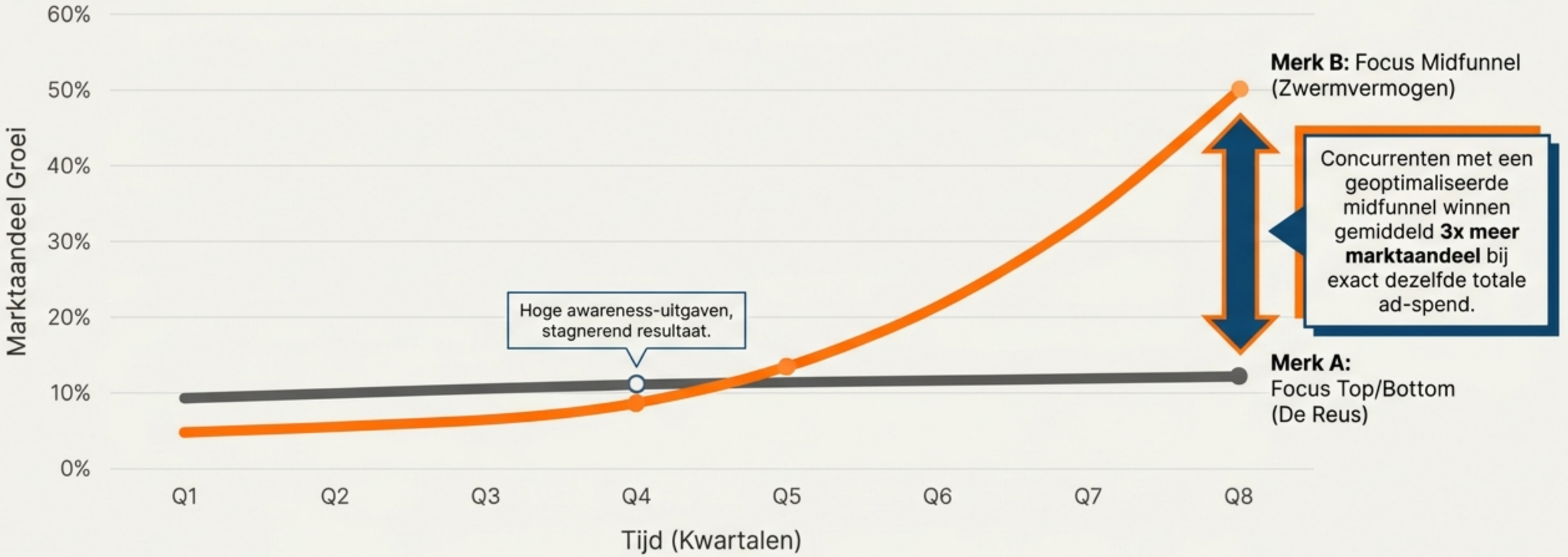
Prospect Drop-off Curve



Bereik zonder overweging is **verspild kapitaal**. De strijd wordt niet gewonnen met de grootste roeptoeter, maar in het rommelige midden.

frank.news

De mythe van de ‘Reus’: Waarom over-investeren in bereik averechts werkt.



In de verzadigde Nederlandse markt telt **zwermvermogen**: **meerdere kleine, relevante contactmomenten** verslaan één gigantische awareness-campagne.

frank.news

Het ‘Bierviltjesonderscheid’: De mentale shift die conversie dicteert.

De midfunnel is geen rationele rekensom met prijzen en specs, maar een emotionele toets. Hier bouwt de koper een mentale shortlist.

	Top-funnel	**Mid-funnel**	Bottom-funnel
Klantvraag	Wie ben je? / Denken ze aan ons?	Past dit merk bij mij? / Overwegen ze ons?	Wat kost het? / Kopen ze van ons?
Primaire Focus	Bewustzijn (Bereik)	Mentale Shortlist (Overweging)	Transactie (Conversie)
Klassieke KPI	Views, CPM	**Nieuwe KPI** Consideration Set Inclusion, Tijd op pagina, Engagement Score	ROAS, CPA

frank.news

Het 4-Stappen Midfunnel Blueprint

Een methodisch systeem om micro-intenties te vangen in het grijze gebied tussen bereik en aankoop.



frank.news

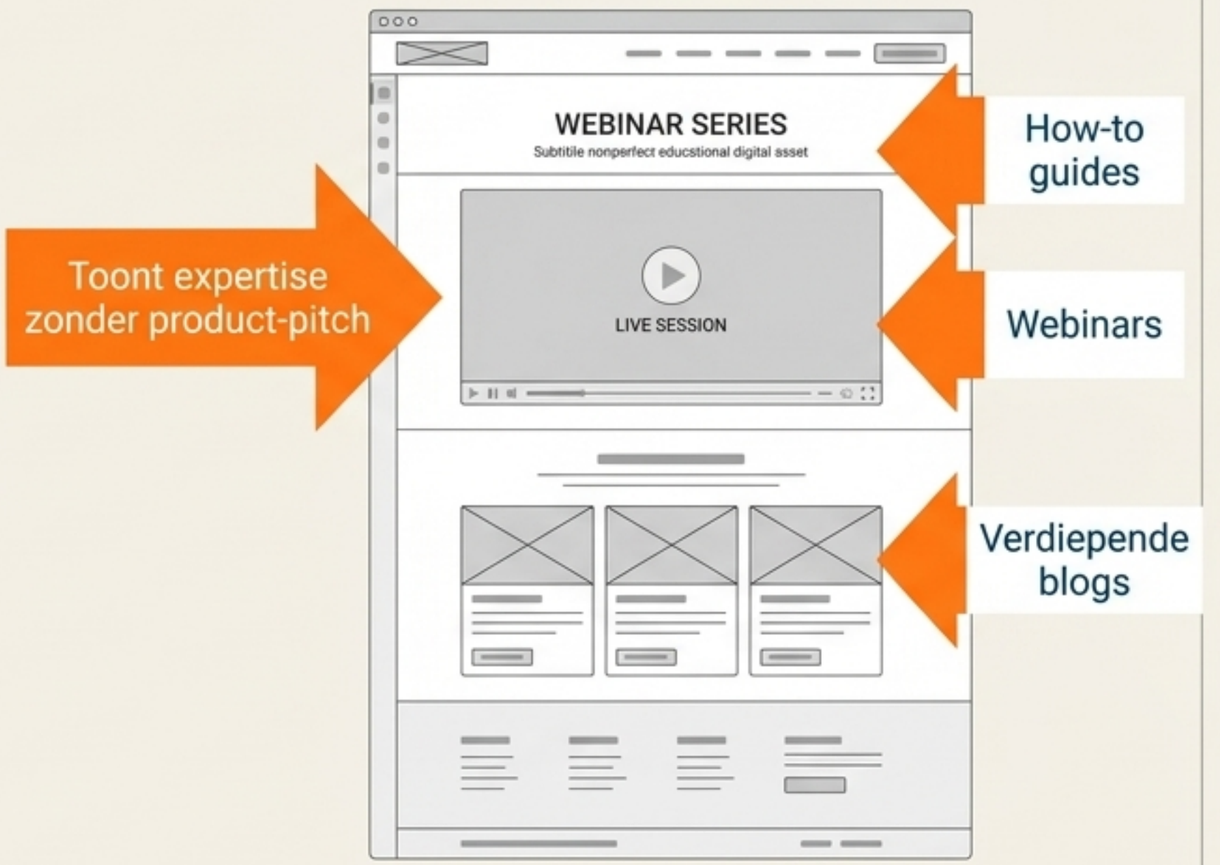
Stap 1 - Educatie: De incubatietijd van een beslissing

De MediaMarkt Laptop-Paradox

Een consument denkt wekenlang na over een aankoop (lezen, kijken, oriënteren) zonder expliciet in overweging te zijn.

Dit is de incubatietijd.

'Anatomy-diagram' moes a perfect educational digital asset



Harde KPI's

Doel: Return visits en content consumptie.

KPI 1:
Tijd op pagina > 2 minuten.

KPI 2:
Scroll-depth > 75%.

frank.news

Stap 2 - Vertrouwenssignalen: Van bereik naar geloofwaardigheid.



Klantcases (De 'Hero' Content)

Gedetailleerde B2B/B2C succesverhalen.



Third-Party Validatie

Reviews, analyst rapporten (Gartner/Forrester), onafhankelijke keurmerken.



Thought Leadership

Executive inzichten via LinkedIn of podcasts.

KPI Dashboard Box

Meetbaar succes: Engagement-ratio met social proof content.

Macro-conversie: Case-study downloads en rapport-weergaven.

Vertrouwen neemt de risicoperceptie weg — essentieel in de Nederlandse mark

frank.news

Stap 3 - Vergelijking: Faciliteer de interne (of emotionele) beslissing.

Meetbaarheid

- KPI: Tijd doorgebracht in decision tools.
- KPI: Tool completions (volledig ingevulde ROI-calculaties).

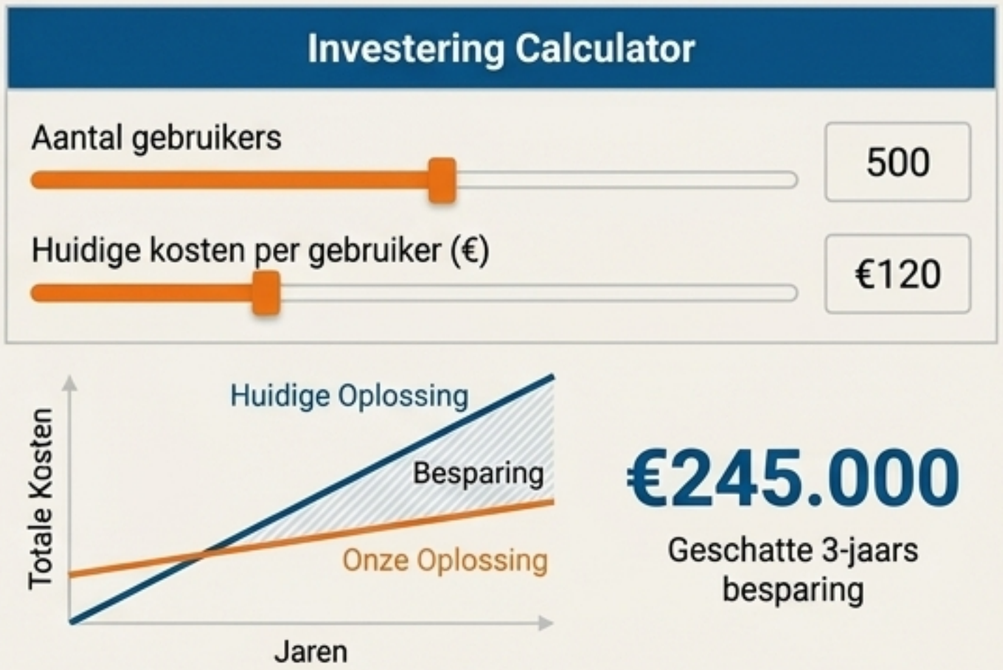
Product Comparison Guide

Product Comparison Guide

Feature	Wij	Alternatieven
Integratie	✓ Integratie	✗ Integratie
Support	✓ Support	✗ Support
Functionaliteit	✓ Functionaliteit	✗ Beperkt
Beveiliging	✓ Beveiliging	✗ Beveiliging
Prijs	✓ Concurrerend	✗ Duurder

Wees objectief. Als je je eigen zwaktes benoemt, wordt je kracht geloofwaardiger.

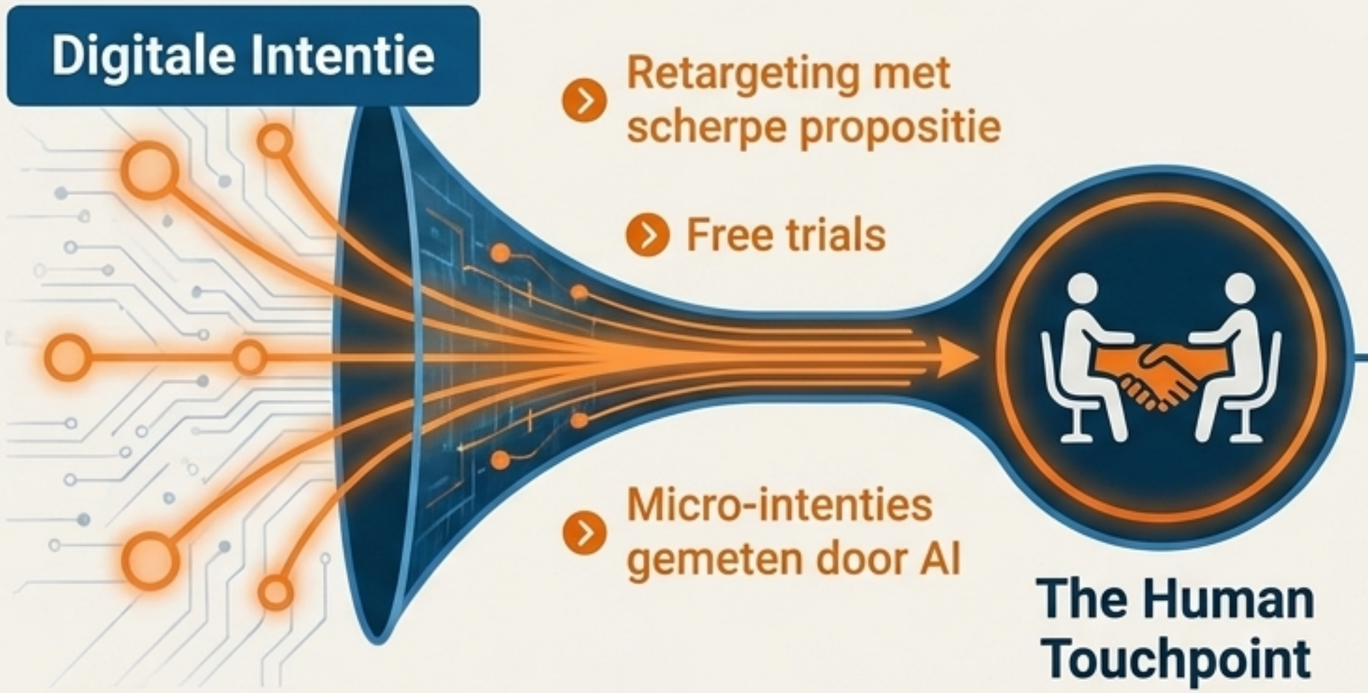
ROI Calculator



Maak de waarde tastbaar voor de financiële beslisser.

frank.news

Stap 4 - Intentie-activatie: Waar data de menselijke connectie ontmoet.



De Autodealer Analogie

Een koper oriënteert zich wekenlang online, vergelijkt specs, maar komt de showroom binnen met vragen die geen website beantwoordt.

Hier doet de verkoper met een kop koffie het echte werk.

Conclusie: De laatste stap naar verkoop is zelden een advertentie. Het is getimede content + een menselijk contactmoment.

KPI:
Demo requests, Consultatie-aanvragen, MQL naar SQL velocity.

frank.news

De Midfunnel Master Matrix: Content, Kanaal & Kapitaal.

Content Type & Kanaal	Funnel Focus	Productietijd	Kostenbandbreedte (B2B/High-end B2C)
Thought Leadership & Podcasts (LinkedIn/Spotify)	Stap 1 & 2 (Educatie/Vertrouwen)	1-2 weken	€1.500 - €3.000 per asset
In-depth Buyer Guides & Whitepapers (Website/Email)	Stap 1 & 3 (Educatie/Vergelijk)	3-4 weken	€3.000 - €5.000 per asset
Interactieve ROI Calculators (Website)	Stap 3 (Vergelijk)	4-6 weken	€5.000 - €10.000 per tool
Nurture Flows & Webinars (Email/YouTube)	Stap 1 t/m 4	Doorlopend	Variabel

frank.news

De Nederlandse Benchmark: De lange adem van overweging.

De 90-Dagen Cyclus

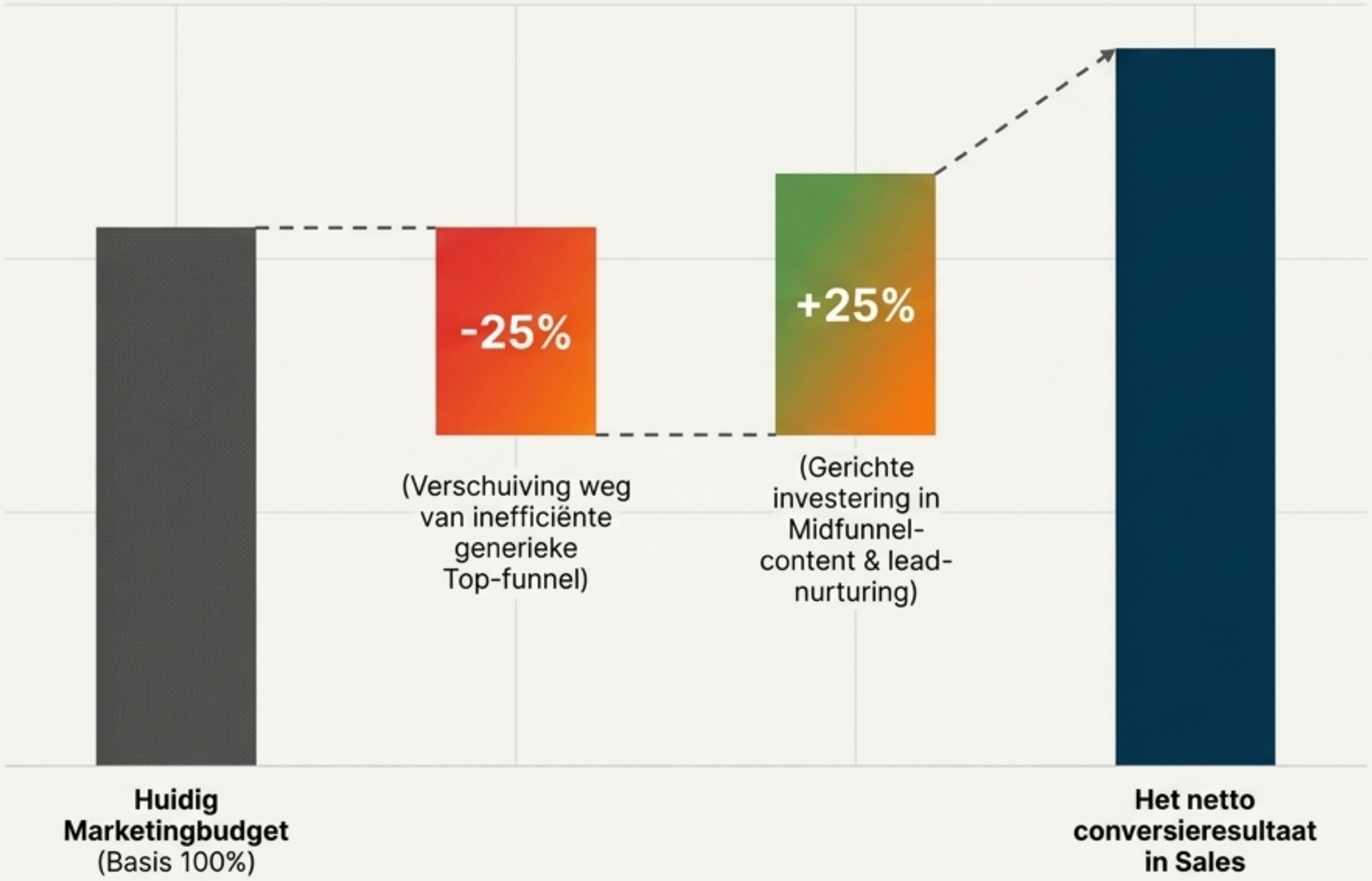


De AI-gestuurde methode



frank.news

De Budget Allocatie Shift: Verschuif de focus voor 60% meer conversie.



Case data toont:

Het **verschuiven** van **20-21-30%** van het top-funnel budget naar het rommelige midden levert **40-60% hogere conversieratio's** op aan de onderkant.

Waarom? Omdat prospects al overtuigd zijn vóór het salesgesprek.

frank.news

Diagnostiek: Waar Midfunnel-strategieën breken.

De Oude Fouten ❌

- ❌ **Te vroeg verkopen:** Een direct sales-pitch verwerken in een educatief webinar.
- ❌ **Geen Nurture:** Na een whitepaper-download radiostilte laten vallen.
- ❌ **Blindstaren op ROAS:** Midfunnel content afrekenen op directe transacties.
- ❌ **Generieke Retargeting:** Iedereen die de site bezocht de komende 30 dagen achtervolgen met de prijs.

✅ De Nieuwe Standaard

- ✅ **Autoriteit Claimen:** Waardevolle industrie-data weggeven zonder harde paywall.
- ✅ **Flow Segmentatie:** Nurture flows aanpassen aan de specifieke buyer persona (bijv. C-level vs. Specialist).
- ✅ **Meten op Engagement:** Focus op content consumption rates.
- ✅ **Intent-Based Retargeting:** Alleen retargeten na 3+ betekenisvolle touchpoints.

frank.news

Meetbaar Maken: Het CMO Dashboard voor Micro-Intenties.

Als we stoppen met kliks tellen, wat meten we dan wel?

Aangedreven door voorspellende AI – herken koopsignalen voordat de zoekopdracht intypt wordt.



Consideration Set Inclusion (Brand Lift)

Survey-based of search-volume gebaseerd op merknaam i.c.m. categorie.



Content Consumption Rate

Hoeveel % van de buyer guide is daadwerkelijk gelezen? (Scroll-depth & session duration).



Engagement Score Matrix

Een gecombineerde score van repeat visits, social proof interacties en e-mail opens.

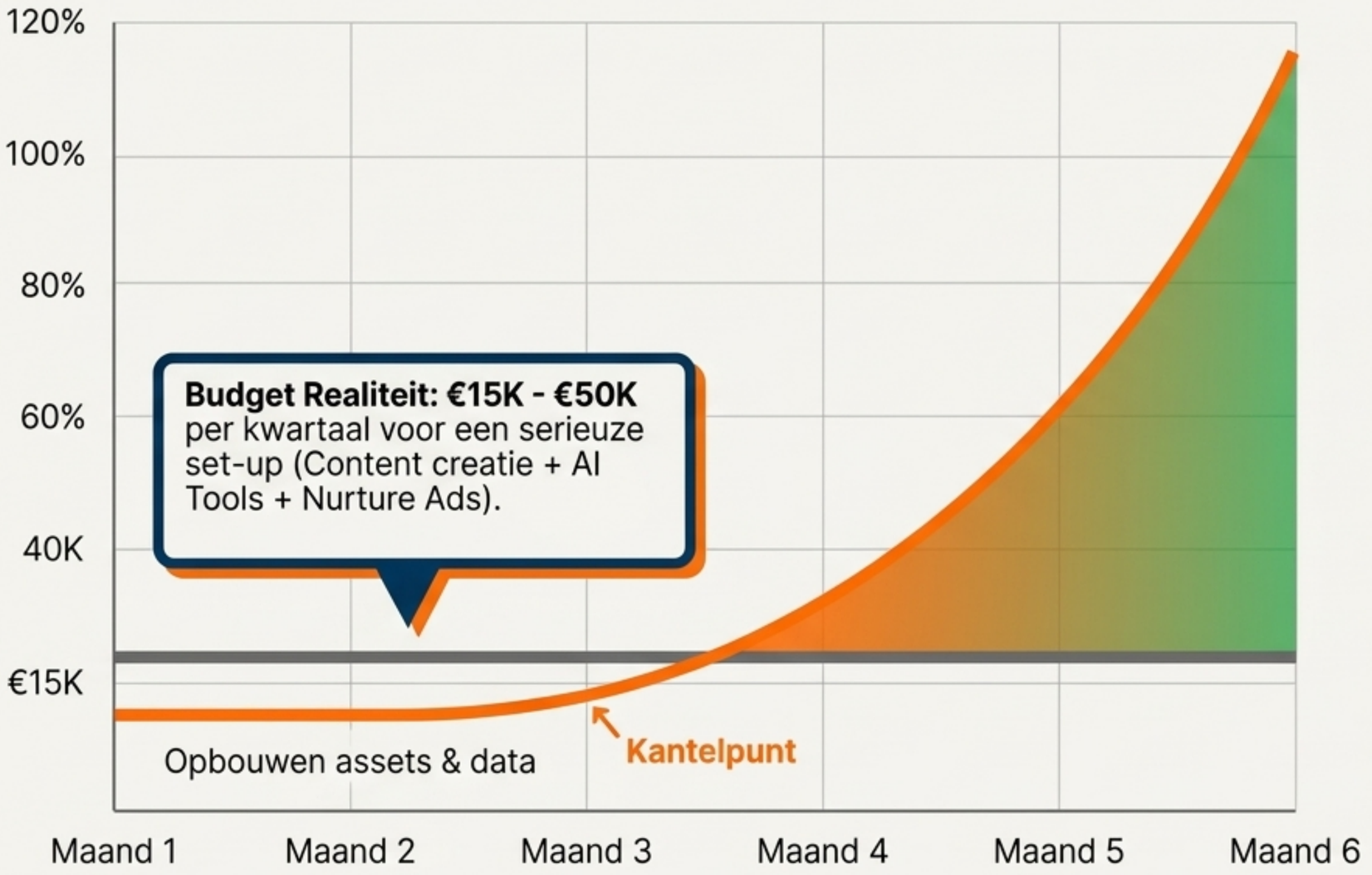


MQL Velocity

De versnellingstijd (in dagen) van eerste touchpoint naar gekwalificeerde lead dankzij de nurture-fase.

frank.news

De Financiële Realiteit: Verwachte Investering & ROI.



Verwachte ROI: 200% - 400% rendement binnen 6 maanden na lancering.

- **Lange termijn voordeel:** De 'Assets' (Buyer guides, calculators) blijven renderen zonder incrementele advertentiekosten (**Compound interest op content**).

frank.news

De ‘Zero-to-One’ Executie: Jouw 30-Dagen Roadmap.

The Sprint	Week 1	Week 2	Week 3	Week 4
Week 1: De Audit	Ontleed de analytics. Waar zit de ‘afgrond’ en waar lekken prospects weg na awareness?			
Week 2: Gap Analyse		Identificeer de top 3 missende contentstukken per persona.		
Week 3: De Quick Win	Lanceer één high-impact campagne (bijv. een bestaande whitepaper ombouwen tot een 3-delige on-demand webinar serie).			
Week 4: Meet & Optimaliseer	Richt het micro-intentie dashboard in.			

Executive Takeaways

1. Educatie wint altijd van promotie.
2. AI maakt het onzichtbare meetbaar.
3. 25% budgetshift creëert 60% sales-lift.

De fase die niet bestaat, is de fase waar de deal valt.

frank.news